

# Periodisme electrònic

**M**ichael Kinsley, cap de redacció de la revista electrònica *Slate*, ho ha vist més clar que l'aigua i ho ha definit la mar de bé. "El Sexgate, o el Monicagate, com en vulguem dir, és a Internet allò que l'assassinat de Kennedy va ser a la informació televisiva: el revelador d'un veritable *media*".

El panorama periodístic americà va completament revolucionat. Els fets s'han esdevingut molt ràpidament i força estòmacs encara no els han païts. Però ningú no dubta que, en el paisatge mediàtic EUA, algun dia es parlarà del "pre-Monica" i del "post-Monica". Traspalsats per la reacció del públic al tractament donat al darrer escàndol del president Bill Clinton, els mitjans tradicionals, tant escrits com audiovisuals, han començat un profund examen de consciència sobre els mètodes periodístics, bo i tractant de mesurar a corre-cuita les conseqüències d'un fenomen que, si bé va aparèixer fa dos anys, s'ha consagrat fa unes poques setmanes: la forta irrupció d'un altre tipus de periodisme. Un periodisme diferent, de qualitat i que té per suport la xarxa d'Internet, és a dir el World Wide Web.

Evidentment, aquest periodisme no té res a veure amb el que es fa en el vastíssim fòrum universal que constitueix Internet, on qualsevol pot abocar la teoria més eixelebrada sobre l'escalfament del planeta, la mort de Diana o les pràctiques sexuals del president dels Estats Units. Ni és tampoc el periodisme salvatge de Matt Drudge, convertit en heroi d'un dia per altre amb l'*affaire* Monica Lewinsky, car va ser ell qui va pispar a la revista *Newsweek* el seu *scoop* per publicar-lo a través d'Internet. Però no cal enganyar-se, Matt Drudge fa el mateix paper dins el periodisme electrònic que els diaris sensacionalistes o grocs en la premsa escrita: d'incitador, o fins i tot empenyador, del procés de la informació, però de fiabilitat dubtosa.

En aquest moment, hi ha tres nivells de difusió de notícies a la xarxa d'Internet. Un primer nivell, que fins ara és el més conegut, de comunicació directa, sense fil-

tres –en què podríem incloure Matt Drudge i el seu "Report"– que té per objectiu d'abastar al públic materials informatius en brut, no triats ni verificats. El segon nivell és el d'òrgans de premsa electrònics pròpiament, com *Slate*, *Salon* o *HotWired*, que tenen un contingut propi, però que respecten els criteris deontològics del periodisme. I el tercer nivell, integrat pels òrgans de premsa tradicionals que en fan edicions electròniques per augmentar l'audiència o per ser els primers a difondre una informació exclusiva, sense els retards deguts al pro-

cés d'impressió. L'aparició en l'escena mediàtica d'aquests nous tres nivells de comunicació ha portat el periodisme a un terreny desconegut.

"El bombardeig de Líbia va oferir a la CNN l'oportunitat de saltar al mercat mundial, però la seva consagració no va arribar fins a la guerra del Golf Pèrsic, set anys més tard –ha dit Jesse Bert, director de Zdnet–. Això mateix passarà amb la informació a la xarxa d'Internet". Tots els òrgans de premsa electrònica han augmentat l'audiència d'una manera espectacular gràcies a l'*affaire* Monica Lewinsky. Però els guanyadors d'aquest terrabastall mediàtic són, de moment, els de la segona categoria: les publicacions electròniques han recuperat en aquest *affaire* respectabilitat i legitimitat.

XAVIER VINADER



*"Les publicacions electròniques adopten una llibertat en el to de les informacions que ja no es pot trobar en els mitjans tradicionals, molt menys irreverents."*

Les publicacions electròniques (*webmagazines*) adopten una llibertat en el to de les informacions que ja no es pot trobar en els mitjans tradicionals, molt menys irreverents i més preocupats per allò que és "políticament correcte" que no per res més. En el cas de l'escàndol Lewinsky, els *webmagazines* han qüestionat l'obsessió mediàtica de la vida privada dels polítics i, alhora, han tractat molt lliurement el context sexual de l'*affaire* en la societat, fet que, cap dels mitjans tradicionals, tot i fer aparèixer la paraula *fellatio* cada dues frases, no havia tingut l'audàcia d'abordar. "Els periodistes dels grans diaris se senten més preocupats per l'estabilitat del lloc de treball que no per res més –ha sentenciat un redactor d'una publicació *online*–. Això els fa perdre la batalla. Ara els caldrà molta imaginació, si volen recuperar el terreny perdut". ■